新媒体时代高校校报创新转型之路

摘　要：随着经济的蓬勃发展，新媒体凭借着立体化传播、互动性好、容量大、时效性强等优势，给高校校报带来了巨大的挑战，直接冲击了其在校园的主流媒体地位。因此，为了顺应时代的发展趋势，高校校报必须重新找准自身定位，分析自己的优劣势，找到适合高校校报的创新转型之路，从而实现新的发展与突破，对其主流媒体地位进行巩固与加强，为我国高校校报的长远发展打下坚实的基础。

关键词：高校校报；优劣势；重新定位；转型发展
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）10-077-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.10.023

文 / 鲍晓宇　郑建超

前言

作为党委主办的机关报，高校校报是高校开展新闻宣传工作和加强思想政治教育的有效途径，可将高校塑造的学校品牌和对外形象充分展现出来，在围绕学校中心工作推动学院发展、引导师生舆论、营造文化氛围、宣导方针政策等方面发挥着关键作用。但在新媒体的快速崛起下，随着全民信息时代的来临，在校园传播中，高校校报的主流媒体地位遭遇到了巨大的挑战和冲击。因此，在这场新媒体变革中，高校校报如何重新找到自己的位置，在校园微博、微信、网络中拥有一席之地，这已经成为现阶段我国高校校报创新发展的重要命题。

1. 高校校报在新媒体背景下的优势

高校校报，最早可追溯到北洋大学在 1895 年创办的《北洋公学》校刊，这也是中国校报的源头，至今已有 120 年历史，也就是今天的《天津大学报》。现阶段，校报几乎存在于每一所高校中，据相关实践调查明显，校报总数在全国高校中已有一千多家，成为报业结构中不可缺少的重要部分。而高校校报在长期办报实践中逐渐形成了自己的固有优势，主要体现在以下几个方面：

1.1 针对性强，受众明确

高校在校大学生和教职工就是高校校报的主要受众，通常是报道校园动态、校园热点、师生工作学习新进展以及学院改革发展的新情况等。高校校报作为校园传播中的主流媒体，所拥有的读者文化素质较高，这批忠实的读者粉丝对新闻的阅读需求较高。同时，根据读者群体的特点，编者可以更好地把握，以此来迅速锁定读者感兴趣的内容和题材，这对于降低读者反馈意见调查的难度是非常有利的。网络媒体与高校校报截然不同，其读者是广大网民，在收集正式意见、把握题材、定位读者等方面更加复杂、繁琐。

1.2 新闻线索征集较为容易，学生资源丰富

校报读者不可缺少的组成部分就是学生，他们接受着学校的教育与管理，在征集新闻线索和读者调研时，报纸主办者更容易得到他们的配合与支持。同时，在编辑出版过程中，还能发动学生主动参与其中，并在报纸编排中纳入受众对新闻价值的评判，从而真正凸显读者本位，将报纸办“活”。

1.3 报纸权威性强，专家学者资源丰富

作为党报，高校校报具有一定的权威性。对于一个时事热点问题，高校可以聚集各领域优秀专家，从不同层面和角度对这些问题进行解读，与网络媒体追求短平快的消息相比，这样的深度报道更深刻、更权威，对于高知群体师生深度解读新闻和了解其背景的需求可以进行充分满足。而高校校报所具有的这种深刻性与权威性也是网络媒体没有的。

2. 新媒体环境下高校校报的所面临的困境

近年来，虽然校报固有其自身优势，但在新媒体的快速传播下，其所具有的多媒体形式、交互性、全球性、迅捷性等优势，日益凸显了校报自身的局限性。

2.1 校报吸引力不足，缺乏与师生的互动

作为传统媒体“纸媒”的一种，校报主要依靠线条、图片、文字来传播信息，这也是其的主要传播手段，较为单一，与网络媒体中的 APP、校园网、微博、微信等相比，缺少与读者面对面交流或在线交流的机会，缺乏与读者互动的专题和栏目。所以，造成了校报与受众沟通不畅的现象，缺少信息反馈的渠道，大幅降低了传播

的有效性。

2.2 校报说教气重可读性不强

校报可对学校信息的任务进行传递交流，承担着宣传学校中心的工作，在报道过程中，很多校报弱化了报纸的新闻性，只是过于强化宣传意识。大部分版面都被校内活动信息、经验交流、领导讲话、各种会议报道所占据，形成了热点新闻少、深度报道少、新闻策划少和常规活动多、领导讲话多、新闻会议多的“三少三多”情况，导致校报可读性较差。

2.3 时效性差，内容单一

现阶段，高校校报出版周期较长，多为季刊、月刊、半月刊、旬刊、周刊，导致校报中的很多题材时效性远远落后学院官网新闻，在见报时已经成为了旧闻。在校报中程式化和“官腔官调”的新闻较多，内容通常较为单一。比如说，学院领导发言或重大会议通常都是校报的头版，其他依次为人物专访和学生活动等。在风格和语言上主要平铺直述，不够灵活，师生关注的焦点在一定程度上出现了严重的脱离。校报工作人员在一些民办高校中，其水平和数量受到了较大的局限，特别是在新媒体背景下，校报已经成为了官网滚动新闻的纸质版。而相比之下，官网滚动新闻不仅能能够容纳海量信息、不受版面限制，还能每时每刻皆可更新，将最新动态迅速传递出去，而这些信息在新媒体背景下，显得更加真实和接地气，导致校报读者大量流失。

3. 新媒体环境下高校校报的重新定位

高校校报在网络媒体的快速发展下，要想守住自己的阵地，脱颖而出，就必须认清自身优劣势，扭转读者群日益减少的局面，重新定位、扬长避短。

3.1 以题材、内容和版式创新定位

在激烈的竞争中，校报要想获得一席这地，就必须创新版式、内容、题材，提升自身的质量，质量是校报的生命，只有形成自己的特色与个性，才能立于不败之地。

3.2 以深度报道和权威性定位

在内容容量和时效性上，报纸很难与网络媒体媲美，但在权威性、客观性、真实性等方面，报纸却拥有着得天独厚的优势。现阶段，网络信息质量良莠不齐，资源泛滥，难以有效保证权威性与准确性，所以，对于网络媒体存在的不足校报刚好可以进行弥补，充分发挥自身优势。

3.3 以师生广泛参与办报定位

要想真正办好一份刊物，只靠编辑部的工作人员是难以实现的，因此，高校应为广大师生搭建平台，依托学生资源丰富和学者专家的优势，真正将刊物办出特色、办出水平。

3.4 以贴近和服务读者定位

全校的学生和教师是校报的主要读者，办报应选择学生和教师感兴趣的题材，围绕“服务师生”的理念，不能一张报纸都是学生的活动或学院的发展策略，要控制下情上传和上情下达的比例；报纸的品位和内容要报道师生关注的焦点，符合高知群体的品位，从而更加服务于广大师生群体。

4. 高校校报在新媒体背景下的转型生存之路

4.1 以深度报道取胜，加强新闻策划

网络媒体在新闻上，与校报相比，毫无疑问在“快”与“新”上抢占了先机。因此，校报应加强新闻策划，才能有效应对新媒体的挑战，在网络媒体欠缺的组合报道、系列报道、特别报道等深度报道上下功夫。深度报道与普通新闻报道相比，可从多角度和多侧面深入解读和分析新闻，让读者可以全方位了解和认识新闻事件。所以，深度报道具有定的全局性、综合性和深刻性。例如，我校在报道《培养高级工程实践人才，深化教学改革》过程中，将教学改革的举措、背景、远期目标以及取得的成效，从分层次教学、课程体系改革等两个方面进行了全方位介绍，不仅为其他学院教学改革树立了榜样，还有着较为详实生动的内容。

4.2 引领主流价值观，发挥言论作用

新闻评论既可监督舆论、引导舆论，还能拓展新闻的广度与深度。在一定程度上，评论的写作水平能将一份报纸的综合实力、特色、内涵充分反映出来。可在每期校报上刊载评论员文章，围绕校党委重要决策、学校中心工作、国家的教育方针等多个方面展开论述，为学校培养人才、科研、教学提供更好的服务，营造良好的舆论氛围。可将《带着感恩的心再出发》等评论员文章与颁奖典礼共同报道，通过校园主流媒体的正面发声，传递更多的正能量，引导大学生树立正确的人生观、价值观和世界观。将大学建设的关键时期在学校推进应用，可发表《提升教育教学质量，培养创新应用型人才》等评论员文章，深入论述应用型大学如何替代教学型大学，从而指明学校培养人才的方向，为国家培养出更多有用的人才。

4.3 提升校报可读性和吸引力，贴近校园生活

对于以往的新闻报道方式，校报编辑和记者在新媒体背景下应及时改变，对广大师生喜闻乐见的事件进行积极报道，深入师生员工生活实际。据实际调查数据显示，在校报中师生最想获得的信息包括：各类服务信息、学校校园活动、学校重大新闻、热点事件的深度报道等；最感兴趣的新闻体裁为：评论、短消息、图片新闻、深度报道。要想提高校报在高校的竞争力，对于刊登校园

网等新闻发布的比例，校报应尽最大程度减少。要突出新闻价值，消息要短而精；挖掘学校的亮点与特色，提高深度报道的比例。校报还应采用夺人眼球的版面、画龙点睛的标题、喜闻乐见的语言吸引广大读者，更多地关注师生感兴趣的话题，提高吸引力与可读性。例如，可在校报中刊登《你不能错过的六门课》，深入调查学生最喜爱的 6 门课，并专门采访相关的教师和学生，一经推出，一定会反响较大，在学生中引起共鸣。

4.4 打造精品栏目，注重品牌效应

不管是现代媒体还是传统媒体，毋庸置疑，最重要的是栏目的影响力与辐射力。栏目可将新闻媒体的审美取向、报道水平、新闻策划的层次充分展示出来。在新媒体背景下，校报要想脱颖而出，就必须开设富有特色、形式多样的精品栏目，并加强策划，形成品牌效应，吸引更多的受众。在具体策划和设计栏目时，可从以下三个方面入手：首先，要充分体现校报的教育性与服务性，贴近师生校园生活实际；其次，增强栏目的指导性与权威性，发挥高校人才集中的优势，从而为学校科学研究和教学改革提供有力的参考依据；最后，与读者进行良好的交流与互动，具有一定开放性与针对性。高校校报在长期发展过程中，可推出属于自己的品牌栏目和特色栏目，如相关人物志、世说新语、花样年华等。选择当下流行的焦点问题与热点问题，针对这些热点话题，可请几名同学畅谈自己的感受，从而得到广大学子的喜爱，吸引受众群体。

4.5 走融合发展之路，建设全媒体平台

新媒体在互联网技术的逐渐普及下，加快了师生获取信息的速度。高校新报要想实现新闻资讯的高效传播与快捷，就必须走向融合发展之路。通过全媒体信息发布平台，包括手机移动终端、校园网、微信、微博、电视、广播、报纸等，实现校园媒体的融合发展、相互交流，给师生提供更加立体化、全方位的新闻资讯。在发布消息类新闻时，全媒体平台可以将速度优势充分发挥出来，第一时间吸引受众。网络媒体可对校报的特色栏目、深度报道、重大新闻等内容介绍提前发布，以引起读者的阅读兴趣；对于深度报道所具有的言论作用和优势，全媒体信息平台中的校报能充分发挥出来，重点交代新闻事件的发展趋势、新闻背景、来龙去脉等，满足读者高层次的阅读需求。例如，我校可在宣传部新闻中心建立全媒体信息平台，通过教工通讯员、学生、新闻体编辑、校报编辑整合全校的新闻资源，建立符合我校实际情况的全媒体信息平台，包括公众号、广播台、相关网站等，采编人员通过平台，对各类新闻资讯进行整体策划、采集、汇总，并对不同类型的新闻稿件通过闲置媒体的特征进行发布、编辑，从而通过手机速度、网络的广度、报纸的深度等三方面的融合，最大化实现新闻传播的效果。

结语

综上所述，全媒体时代的快速发展，对传统的媒体格局进行了彻底改变，所以，媒体转型刻不容缓。为了适应新媒体快速发展的需求，高校校报作为传统媒体，其转型不是能够一蹴而就的，也需要一个艰巨、复杂、长期的过程。只有在困境中积极寻求突破，调整办报思路，不断更新办报理念，才能在华丽的蜕变中找到新的发展之路，实现全新转型。媒

参考文献

[1] 陈文丽，孙国红 . 浅谈全媒体战略下新闻报道模式转型 [J]. 今传媒，2013（9）：94-95.
[2] 刘清生 . 新媒体时代高校校报创新转型之路 [J]. 青年记者，2015（10）：86-87.
[3] 周欣荣 . 互联网背景下的高校校报创新发展探究 [J]. 济宁学院学报，2011（4）：53-56.
[4] 张弘 . 新媒体环境下高校校报的转型与创新 [J]. 新闻爱好者，2012（12）：47-48.
[5] 教育部 . 教育部关于进一步加强和改进高等学校校报工作的若干意见 [Z]. 教社政 [2005]13 号 .
[6] 林雪漫 . 高校校报在网络时代中如何发展的思考 [J]. 广东技术师范学院学报，2008（3）：107-110.
[7] 杨晓，张涛 . 报网联动开放办报———浅议校报在高校信息传播中的重新定位 [J]. 西安邮电学院学报，2007（3）.

（作者单位：湖北医药学院）